



Van Jammer naar Yammer!

Zo helpt adoptie van Yammer binnen uw organisatie de investering meer dan terug te verdienen

"Hoera, iets nieuws en wat een interessante mogelijkheden", wordt geroepen in de open kantoortuin. Nieuwsgierige collega's komen om de hoek kijken om te zien wat er gebeurt. "Yammer"? "Ja, Yammer, een soort interne Twitter. Meld je ook aan!" Enthousiast nemen de early adopters het platform in gebruik. Anderen registreren zich ook en wachten af. Zij zien de updates regelmatig in de mail verschijnen.

Maar dan komt het. **Het Omslagpunt**. De early adopters haken langzaam af, de berichten komen niet verder dan *"Babybedje te koop"* en de dagelijkse updates ervaart men als spam. *"Zie je nu wel,"* zeggen de sceptische medewerkers die vanaf de zijlijn met argusogen hebben meegekeken. *"Ik wil gewoon aan het werk, daar heb ik toch helemaal geen tijd voor."*

In deze whitepaper maakt u kennis met de (gebruikers-)adoptie van Yammer als social business tool, want ook voor een laagdrempelige tool zoals Yammer is het noodzakelijk om mensen mee te krijgen met het gebruik én te behouden voor een duurzame inzet.

van Jammer....

In de praktijk merken wij dat het louter invoeren ("aanzetten") van Yammer om medewerkers intern kennis uit te laten wisselen bij weinig organisaties succesvol is. Zonder een gedegen introductie en begeleiding van Yammer wordt deze social business tool helaas al snel gedegradeerd tot *Jammer*.

Hoe zorgt u ervoor dat medewerkers Yammer als social **business** tool zien en dus niet om onderling 'koopjes' uit te wisselen? Daar is een doordachte adoptiestrategie voor nodig.

....naar Yammer!

Yammer, dat in 2012 is gekocht door Microsoft, is een kennisplatform dat expertise, vragen en kennis verzamelt. Het verbindt mensen aan kennis en andersom, met andere woorden u heeft **op één plek uw 'corporate brain' in beeld**. Tools als deze zijn en worden meer en meer onmisbaar bij organisaties in de 21^{ste} eeuw. Externe social media zoals Twitter en Youtube worden al als leertool voor persoonlijk en professioneel leren gezien (bron: ["Top 100 Tools for Learning"](#)). Laat staan hoe krachtig het is een tool als Yammer binnen uw eigen organisatie in te zetten om van elkaar te leren en onderling kennis te delen.

Het 'corporate brain' bestaat niet alleen uit formats, werkinstructies en beleidsstukken. Dit bestaat ook uit de verzameling impliciete kennis van uw mensen binnen de organisatie. Met hun vragen, kennis, expertise, interesses, meningen en idealen. Yammer maakt deze kennis, ervaringen en interesses expliciet door te bundelen en te verbinden. Hiermee dient Yammer, zeker nu het onderdeel is van Microsoft, **als collectieve procesversneller** de oplossings- en innovatiekracht van een organisatie.

waarom adoptie voor Yammer?

Adoptie in deze context houdt in dat gebruikers een bepaalde tool geïntegreerd hebben in hun dagelijkse activiteiten. Ze weten niet alleen hoe het werkt (kennis), maar ook wat de voordelen voor hun organisatie en hun eigen werk zijn (houding) en werken er daadwerkelijk mee (gedrag).

Alleen weten 'hoe het werkt', is vaak niet voldoende voor een duurzaam effect op de waarde, ook



niet voor Yammer. Een passende adoptiestrategie hoort bij elke invoering van een verandering binnen een organisatie.

1. waarom Yammer adoptie voor uw organisatie

De eerste en belangrijkste vraag die u uzelf stelt, is waarvoor u Yammer in uw interne bedrijfsvoering het beste kunt inzetten? In welke situaties is het de investering (meer dan) waard? De eenvoud in gebruik maakt Yammer zo krachtig. Het is een plug&play tool, heeft een frisse uitstraling en iedereen kan een account aanmaken en collega's aan zijn/ haar netwerk toevoegen.

Uitgebreide trainingen zijn daarom niet nodig.

Wel van cruciaal belang, is de argumentatie van uw organisatie om Yammer te gebruiken. Het "*What's in it for the organisation, for the team and for me?*" moet goed geland zijn bij medewerkers om zo het nut te ervaren in de context van dagelijkse werkzaamheden om te communiceren, kennis te delen, samen te werken en te netwerken. **En hier begint adoptie.**

Vanwege welk sterk punt of punten van deze social business tool heeft u in licenties geïnvesteerd? Zie hieronder een uitgebreide opsomming. Door helder te maken wat uw beweegredenen zijn en nog beter, welke business cases u kunt koppelen aan één of meer sterke punten van Yammer, wordt voor medewerkers helder in welke context zij Yammer moeten plaatsen. En wat voor voordeel het hen kan opleveren. Zo kunnen zij Yammer beter verankeren in hun dagelijkse werkzaamheden.

Yammer voor intern gebruik is sterk in...:

- Laagdrempelig intern sociaal netwerk opbouwen.
- Sneller antwoord op een vraag waarvan je niet weet wie het antwoord heeft.
- In het verlengde van voorgaand punt: niet het wiel opnieuw uit hoeven te vinden: stel je vraag op Yammer, bijvoorbeeld "kan iemand mij helpen aan een shortlist van trainingsbureaus op het gebied van xxx?" en de kans dat iemand reageert met deze informatie is groter. Tijd en geld die met het uitzoekwerk gemoeid zijn, worden op deze manier bespaard.
- Kennis uitbreiden en vastleggen met vakgenoten in een Yammer groep (impliciete kennis expliciet maken en dus bruikbaar voor de hele organisatie).
- Verbinden van medewerkers op afstand.
- Helpt bijvoorbeeld een interne helpdesk bij het beantwoorden van vragen en het opbouwen van kennis: je bouwt een levendige en dynamische FAQ op en houdt constant verbinding met je interne klant.
- Stimuleert het vinden van de juiste mensen voor de juiste klussen.
- Stimuleert open en transparante communicatie en ondersteunt bij het veranderen van de cultuur naar een open en transparante organisatie.
- Verbinden van kennis aan mensen (wie moet ik hebben waarvoor)
- Voor Microsoft gebruikers: het automatisch vullen en opbouwen van informatie rondom een klant/project/expertise/thema met impliciete kennis en communicatie, geïntegreerd met het samenwerkplatform SharePoint. Oftewel: door te communiceren over project X wordt de informatie automatisch aangevuld in SharePoint.

2. verbinden van organisatiewaarden

Nog sterker wordt het als u de 'waarom' kunt verbinden aan uw organisatiewaarden en daaraan gekoppeld gedrag wat u van uw medewerkers verwacht. Is 'transparantie' een belangrijke waarde, dan kunt u in de beschrijving van het bijbehorende gedrag uitleggen wat u van uw medewerkers



verwacht en een link leggen met een tool als Yammer. **Op deze manier integreert u Yammer als onderdeel van uw identiteit en cultuur.**

3. een passende adoptiestrategie ontwikkelen

Welke adoptiestrategieën passen het beste bij uw organisatie en uw medewerkers in combinatie met het waarom? Dit verschilt uiteraard per organisatie, maar ook de interne of externe noodzaak zijn belangrijke assen waarop u de verandering kunt plotten om de juiste strategie te kiezen. Is er een hoge interne noodzaak, met andere woorden zitten medewerkers er op te wachten, dan zullen strategieën zoals 'communicatie via het intranet', en een communicatie-uiting met '3 stappen om te starten' al voldoende zijn. Is de interne noodzaak laag, maar de druk van buitenaf is hoog, dan zullen andere strategieën uit de kast getrokken moeten worden.

4. werken met scenario's

Denk bijvoorbeeld aan de strategie 'werkscenario's'. Een werkscenario zorgt voor de (praktische) vertaalslag van het waarom van bijvoorbeeld Yammer naar dagelijkse activiteiten van medewerkers. Een scenario, eventueel gekoppeld aan persona's, gaat over concrete handelingen, het bijbehorende gedrag én werkafspraken die leiden tot een resultaat. **Hiermee verbindt u technologie, organisatiekaders en gedrag in concrete werkafspraken.** Een paar voorbeelden:

- Slim kennisdelen met Yammer
- Korte vragen snelle antwoorden
- Vind je vakgenoten op Yammer
- Vinden is het nieuwe zoeken
- Slim samenwerken met behulp van Yammer en SharePoint

5. meer dan een introductie

En dan heeft u het waarom over de Bühne gebracht, een werkscenario ingevoerd en erover gecommuniceerd. De grote vraag is dan: "blijven ze komen?" Adoptie is meer dan alleen het introduceren van een nieuwe tool. Hoe zorgt u ervoor dat het enthousiasme aan het begin niet na een tijdje wegebt, maar juist meer medewerkers aanhaken én aangehaakt blijven? Denk hierbij aan het organiseren van een vaste kern medewerkers van diverse disciplines en community managers van Yammer groepen, die onder aanvoering van de eigenaar van Yammer actief blijven en het gebruik en het nut stimuleren. Introduceer regelmatig nieuwe Yammer groepen of koppel interne evenementen aan online discussies via Yammer.

nog meer tips

Het waarom helder hebben, een adoptiestrategie kiezen, mogelijke scenario's; dit zijn een aantal voorbeelden uit onze adoptiepraktijk. **Het belangrijkste is dat u kiest voor een strategie die het beste bij uw organisatie en cultuur past.** Omdat Yammer eenvoudig aan te leren is, hoeft u in training weinig energie te steken.

Hieronder vindt u nog meer tips die u kunt overwegen in hoe u Yammer tot een succesvol instrument kunt maken:

- Surf naar **www.success.yammer.com**, het Success center van Yammer zelf voor uitgebreide informatie op het gebied van adoptie.
- Start met een pilot om het waarom en business cases naar boven te krijgen.



- Benoem waarom Yammer als social tool onderdeel wordt van de gebruikte middelen om te communiceren, kennisdelen, samenwerken en netwerken en werk dit praktisch uit, bijvoorbeeld aan de hand van werkscenario's.

Wij wensen u veel kennis en verbinding met Yammer in uw organisatie toe!

Wilt u meer weten over adoptie van Yammer? Neem contact op met:

work21 bv
Duwboot 20
3991 CD Houten
+31 (0)88 001 83 21
contact@work21.nl